

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

School of Business Management
Jurusan Sistem Informasi dan Manajemen
Skripsi Sarjana Komputer dan Ekonomi
Semester Genap 2014/2015

ANALISIS DAN PERANCANGAN E-CRM PADA CV. CAHAYA MITRA ABADI

Vierca Virjayadilla 1401127325

Abstract

CV. Cahaya Mitra Abadi is a company engaged in the printing business, particularly in offset printing. Today, the company does not only focus on the quality of its products, but also emphasizes on improving its customer service. This research attempts to discover the needs of customers at CV. Cahaya Mitra Abadi with the aim to develop exemplary-worth relationships between the company and its customers. The methods of analysis utilized in this research are the competitive analysis using Porter's Five Forces Model, the strategy formulation analysis, the needs analysis, and the conjoint analysis; whereas the utilized design approach is the Object Oriented Analysis and Design (OOAD) with Unified Modeling Language (UML) notation. The outcome achieved through the aforementioned analysis process is the necessity for CV. Cahaya Mitra Abadi to construct an electronic customer relationship management (e-CRM) application system. To conclude, the solution for solving the company's problems and supporting its CRM operational activities is to design the e-CRM application system based on three (3) phases, namely acquire, enhance, and retain. These 3 phases are crucial in meeting customers' satisfaction in order to both maintain relationships with existing customers and also gain new customers. (VV)

Keywords: *Printing, e-CRM, Porter's Five Forces, strategy formulation, needs analysis, conjoint analysis, OOAD, UML.*

Abstrak

CV. Cahaya Mitra Abadi merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang percetakan, khususnya percetakan *offset*. Saat ini perusahaan tidak hanya mengutamakan pada kualitas produk, melainkan pada peningkatan pelayanan pelanggan. Tujuan penelitian ialah mengetahui lebih lanjut mengenai kebutuhan pelanggan untuk mengembangkan hubungan yang lebih erat antara perusahaan dengan pelanggan. Metode analisis penelitian yang digunakan adalah analisis

kompetitif model lima kekuatan porter, analisis formulasi strategi, analisis kebutuhan, dan analisis konjoin. Sedangkan dalam metode perancangan menggunakan pendekatan *Object Oriented Analysis and Design* (OOAD) dengan notasi *Unified Modeling Language* (UML). Hasil yang dicapai berdasarkan analisis yang telah dilakukan adalah merancang sebuah sistem aplikasi e-CRM pada CV. Cahaya Mitra Abadi sebagai strategi yang menjadi fokus utama perusahaan. Simpulan yang diperoleh sebuah solusi dalam membantu menyelesaikan permasalahan perusahaan untuk mendukung kegiatan operasional CRM, yaitu dengan perancangan sistem aplikasi e-CRM berdasarkan 3 (tiga) fase CRM yaitu *acquire*, *enhance*, dan *retain* untuk memenuhi kepuasan pelanggan agar dapat menjaga hubungan dengan pelanggan lama dan mendapatkan pelanggan baru. (VV)

Kata kunci: Percetakan, e-CRM, lima kekuatan Porter, formulasi strategi, analisis kebutuhan, analisis konjoin, OOAD, UML.